

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Melalui sebuah penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan mengenai beberapa hal, yaitu diantaranya mengenai perencanaan strategi promosi online yang menggunakan media sosial Instagram untuk memasarkan produk Molay dimulai dari mencari dan membuat sebuah *awareness* dengan cara membuat konten yang menarik dan berkualitas. Dalam pembuatan konten, molay menerapkan metode *funnel advertising* yang mana bertujuan untuk mempengaruhi *audience* melalui konten berkualitas dan pada waktu yang tepat, dan dapat beradaptasi dari waktu ke waktu. Melalui itu dapat menjelaskan mengenai alasan mengapa sebuah produk yang diproduksi oleh molay merupakan produk yang terbaik.

Selanjutnya adalah pelaksanaan strategi promosi online dengan menggunakan media sosial Instagram. Dalam pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh Molay implementasinya adalah proses *uploading* konten Molay ke dalam Instagram. Untuk memposting konten kedalam Instagram, dilakukan berdasarkan waktu yang tepat dengan memahami pola kebiasaan para calon konsumen. Hal tersebut dilakukan agar kesempatan

konten yang di *upload* dapat dilihat dan dijangkau lebih banyak oleh *audience*.

Selanjutnya merupakan tahapan terakhir yang dilakukan dalam kegiatan promosi online melalui media sosial Instagram adalah tahap evaluasi. Dengan menggunakan fitur yang dimiliki Instagram yaitu Instagram insight, melalui fitur tersebut dapat mengetahui data demografi juga karakteristik *followers*, data jangkauan dan *engagement* pada konten, efektifitas konten, jumlah tayangan profil Instagram serta dampak *campaign* yang dilakukan di Instagram selanjutnya dapat menentukan langkah-langkah apa yang akan diambil untuk meningkatkan lagi kualitas akun Instagram Melay.

B. SARAN

Melihat fenomena yang telah terjadi dilapangan, peneliti akan mencoba untuk memberikan saran yang diharapkan untuk kedepannya dapat bermanfaat dalam melakukan kegiatan promosi Melay melalui media sosial Instagram. Pihak Melay dapat meningkatkan intensitas dalam melakukan penggunaan Instagram ads, karena melalui Instagram ads Melay dapat menjangkau *audience* pengguna Instagram lebih banyak lagi, tidak sebatas oleh *followers* Instagram Melay saja. Hal tersebut dapat memungkinkan naiknya tingkat penjualan dan juga *awareness* terhadap Melay. Dalam melakukan evaluasi bisa ditambahkan lagi melalui survei kepada para

followers Molay dengan menggunakan Google *form* yang dapat dibagikan melalui Instagram, data yang didapat langsung dari responden *followers* Molay itu sendiri, sehingga dapat menambahkan materi evaluasi yang akan dibahas, dalam rangka untuk kemajuan Molay.

Selanjutnya untuk *followers* Instagram Molay sendiri dapat memberikan respon positif, tidak hanya memberikan like saja, akan tetapi dapat memberikan masukan-masukan bisa melalui *comment* dan *direct message* yang bersifat positif dan membangun agar Instagram Molay jauh lebih baik lagi untuk kedepannya. Untuk penelitian yang selanjutnya dapat diperdalam lagi tentang efektifitas pemasaran digital terhadap sebuah minat pembelian. Sehingga diharapkan dapat melengkapi penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.